

Nomor Induk Berusaha Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dhiyaul Auliyah^{1*} dan Martinus Legowo²

^{1,2}Program Studi Sosiologi, Jurusan Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya
dhiyaul.19001@mhs.unesa.ac.id

Abstract

In running their business, MSME actors are required to have business legality. Business legality is intended to make it easier for MSME actors to develop their businesses. NIB as business legality that applies to business actors in Indonesia today. The purpose of this study is to further identify the NIB for MSME actors through their experiences as well as analyze the data findings with relevant theories. The approach used in this research is a qualitative phenomenological approach, with data collection methods through observation, interviews, and literature study. The results showed that the SMEs themselves started their business armed with the skills they had from hobbies. In running their business, SMEs have experienced many ups and downs. In addition, the recommendation from the Surabaya City Government is to immediately take care of NIB until a ball pick-up is carried out, making MSME actors immediately take care of it. Business actors understand NIB as business legality but it does not seem to have a significant impact on consumers. However, the management of NIB is still carried out as a group awareness as described in the phenomenological theory. In the future, MSME actors hope that their business can develop well.

Keywords: MSME, NIB, Phenomenology.

Abstrak

Di dalam menjalankan usahanya para pelaku UMKM diwajibkan untuk mempunyai legalitas usaha. Legalitas usaha dimaksudkan untuk memudahkan para pelaku UMKM mengembangkan usaha. NIB sebagai legalitas usaha yang berlaku bagi para pelaku usaha di Indonesia saat ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi lebih lanjut NIB bagi pelaku UMKM melalui pengalamannya sekaligus menganalisis data temuan dengan teori relevan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif fenomenologi, dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku UMKM sendiri memulai usahanya berbekal dari keterampilan yang dimiliki dari hobi. Di dalam menjalankan usahanya para pelaku UMKM banyak mengalami naik turun. Selain itu anjuran Pemerintah Kota Surabaya agar segera mengurus NIB hingga dilakukan jemput bola, membuat para pelaku UMKM segera melakukan pengurusan. Pelaku usaha memahami NIB sebagai legalitas usaha akan tetapi nampaknya tidak memiliki dampak signifikan bagi konsumen. Meskipun demikian pengurusan NIB tetap dilakukan sebagai suatu kesadaran kelompok sebagaimana yang dijelaskan dalam teori fenomenologi. Kedepannya para pelaku UMKM berharap usahanya dapat berkembang dengan baik.

Kata Kunci: Fenomenologi, NIB, UMKM.

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha mandiri dan bukan termasuk anak atau cabang dari suatu perusahaan, usaha mikro, juga usaha kecil atau besar lainnya. Keberadaan UMKM turut diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. Di dalam Undang-Undang tersebut tertulis kriteria untuk menggolongkan usaha yang termasuk UMKM, kriteria tersebut yakni [1] Usaha mikro merupakan unit usaha dengan aset maksimal 50 juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha sementara hasil penjualan tahunan maksimal 300 juta rupiah, [2] Usaha kecil merupakan unit usaha dengan jumlah aset mulai dari 50 juta rupiah sampai 500 juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha sementara hasil penjualan tahunannya mulai dari 300 juta rupiah sampai 2,5 miliar rupiah, [3] Usaha menengah merupakan unit

usaha dengan aset mulai dari 500 juta rupiah sampai 10 miliar rupiah sementara hasil penjualan tahunannya mulai dari 2,5 miliar rupiah sampai 50 miliar rupiah (Yazfinedi, 2018).

Badan Pusat Statistik (BPS) memiliki definisi tersendiri mengenai UMKM didasarkan atas kuantitas atau jumlah tenaga kerja. Usaha yang termasuk sebagai usaha kecil adalah apabila jumlah tenaga kerjanya antara 5 sampai 19 orang. Sementara untuk usaha menengah merupakan usaha dengan jumlah tenaga kerja mulai dari 20 sampai dengan 99 orang (Firmansyah, 2019). Di tahun 2017, Kementerian Koperasi dan UKM mencatat total UMKM berjumlah 62,92 juta unit. Selanjutnya mengalami kenaikan sebanyak 1,27 juta unit, sehingga total berjumlah 64,19 juta unit di tahun 2018. Sementara dari tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami kenaikan sebanyak 1,28 juta unit atau 1,98% sehingga total menjadi 65,47 juta unit. Jumlah ini mencapai persentase 99,99% dari total keseluruhan usaha di Indonesia. Untuk usaha skala besar di Indonesia sendiri hanya berjumlah 5.637 unit atau 0,01%. Sebanyak 64,6 juta unit atau setara dengan 98,67% dari total UMKM seluruh Indonesia merupakan unit usaha mikro. Sementara unit usaha kecil totalnya yakni 798.679 unit atau setara 1,22% dari total UMKM seluruh Indonesia. Usaha menengah hanya berjumlah 65.465 unit atau 0,1% dari jumlah keseluruhan UMKM di Indonesia (Mahdi, 2022).

Di dalam menjalankan usaha tentunya diperlukan adanya izin usaha. Izin usaha sendiri merupakan izin yang diterbitkan oleh Lembaga Online Single Submission (OSS) untuk dan atas nama menteri, gubernur, atau bupati/walikota setelah pelaku usaha mendaftarkan usahanya sampai sebelum operasionalnya berjalan sesuai persyaratan. Surat keterangan izin usaha yang diterbitkan yakni berupa Nomor Induk Berusaha (NIB). NIB ini nantinya berfungsi sebagai identitas pelaku usaha yang diterbitkan oleh OSS setelah melakukan pendaftaran. Pendaftar mula-mula mengakses laman OSS untuk mendapatkan akun sebagai pengguna, dan selanjutnya mendaftar dengan akun tersebut. Pendaftaran dilakukan dengan mengisi data sesuai yang diminta di laman tersebut, selanjutnya NIB akan otomatis diterbitkan apabila data sudah lengkap. Setelah NIB diterbitkan, secara bersamaan OSS akan menerbitkan Izin Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) (Sutarmo, 2020).

Pada Januari 2022 lalu, Walikota Surabaya menggalakkan aksi jemput bola untuk memfasilitasi UMKM bekerja sama dengan Dinas Perdagangan dan Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Surabaya (DPMPTSP). Aksi jemput bola yang sudah dimulai sejak awal Desember 2021 tersebut dilakukan di 31 kecamatan di Kota Surabaya untuk diadakan sosialisasi sekaligus pendampingan para pelaku UMKM dalam kepengurusan NIB. Menurut Eri Cahyadi selaku Walikota Surabaya, NIB dapat menjadi pintu masuk untuk mendapatkan akses modal hingga UMKM go digital maupun pengembangan UMKM lainnya kedepan. Adanya input data UMKM secara digital akan memudahkan pemerintah kota dalam mengkoordinir program sesuai dengan bidang UMKM yang ada. Pada Desember 2021, tercatat sudah ada sekitar 1.550 UMKM yang telah terfasilitasi dengan NIB dan terus berlanjut hingga saat ini. Di dalam aksi jemput bola ini para pelaku UMKM cukup membawa KTP Surabaya, mempunyai email aktif, mempunyai NPWP, juga gadget yang support baru selanjutnya pengisian akan didampingi petugas dari Dinas Perdagangan dan DPMPTSP (Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Surabaya, 2022).

Di lihat dari uraian di atas bahwasanya legalitas atau izin berusaha sangat penting dimiliki para pelaku usaha tak terkecuali UMKM. Pemerintah Kota Surabaya pun segera mengambil tindakan bekerja sama dengan Dinas Perdagangan juga DPMPTSP Kota Surabaya guna mengupayakan UMKM di Surabaya secara merata memiliki NIB. Selain sebagai fungsi legalitas usaha, NIB juga dimaksudkan agar dapat menghimpun data UMKM secara digital untuk kemudian digunakan dalam

program-program penunjang perkembangan UMKM kedepan. Hal ini yang kemudian melatarbelakangi peneliti untuk meneliti lebih lanjut terkait pemberlakuan NIB sebagai legalitas atau izin berusaha dari sudut pandang pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Penelitian sebelumnya memiliki relevansi dengan penelitian kali ini, yakni penelitian oleh Hafied Noor Bagja, Obsatar Sinaga, dan Mohd Haizam Saudi yang membahas lebih lanjut terkait perlindungan atau legalisasi dari aspek geografis dan merek dagang dalam pengembangan UMKM guna meningkatkan penerimaan pajak daerah. Para pelaku UMKM seringkali menganggap sepele kepengurusan legalitas usaha, selanjutnya dilakukan tindakan pendekatan untuk mampu menyadarkan para pelaku UMKM agar mau melakukan pengajuan legalitas aspek geografis maupun merek dagang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pentingnya legalitas tersebut bagi para pelaku UMKM, sekaligus dalam upaya peningkatan penerimaan pajak daerah. Pendekatan penelitian dilakukan secara kualitatif dengan perspektif yuridis normatif, dan fokus sumber data sekunder melalui studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan peran dan potensi legalitas UMKM selain memberikan perlindungan juga berpengaruh untuk perkembangan dan kesejahteraan UMKM kedepan. Legalitas aspek geografis dan merek dagang yang diatur dalam perundang-undangan, secara tidak langsung dapat berdampak pada ekonomi daerah lewat peningkatan produksi dan penjualan (Bagja et al., 2021).

Adapun penelitian lainnya oleh R. Humairani dan rekan-rekannya yang mengulas terkait strategi dan model fasilitasi UMKM bisnis terasi di usaha kecil Camar Laut. Tindakan yang dapat dilakukan dalam rangka pengembangan UMKM salah satunya yakni penertiban legalitas usaha, yang mana ini juga berfungsi untuk jaminan keamanan dan kepercayaan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk pendampingan UMKM pengolahan terasi di usaha kecil Camar Laut memperoleh legalitas usaha dan produksi berjalan dengan baik. Pendekatan penelitian kualitatif partisipatoris dengan perspektif preferensi merek dan citra produk, dan sumber data dari observasi, wawancara, juga studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan legalitas UMKM Camar Laut sangat penting untuk perkembangan usaha mereka, karena memudahkan dalam perluasan jaringan usaha dan akses pasar. Pemahaman juga keterampilan yang dimiliki para pelaku usaha Camar Laut mempermudah selama proses kepengurusan legalitas usaha baik itu izin usaha, sertifikasi halal, maupun hak paten merek (Humairani et al., 2021).

Lathifah Hanim, Maryanto, H. Djunaedi, dan H. Dwi Wahyono meneliti lebih lanjut mengenai pemahaman warga Sembungharjo terhadap pentingnya NIB untuk meningkatkan ketahanan ekonomi. UMKM yang sudah memiliki NIB akan mendapat kemudahan pengurusan izin resmi atau legalitas, juga pengelolaan usaha jangka panjang. Kegiatan penelitian ini ditujukan untuk melakukan identifikasi sekaligus untuk upaya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan warga Sembungharjo dalam kepengurusan NIB. Pendekatan yang digunakan yakni kualitatif partisipatoris dengan perspektif pemberdayaan masyarakat, dan metodenya berupa penyuluhan, praktik, pendampingan, dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa antusiasme dan partisipasi warga sangat baik, kelompok mitra pun mendampingi dengan telaten dalam proses pembuatan NIB. Dampak dari adanya penyuluhan dan pendampingan ini mampu membuat warga makin terampil dalam kepengurusan NIB sekaligus untuk pengembangan usahanya kedepan (Hanim et al., 2020).

Penelitian lain oleh Dumiyati, Muhammad Yusuf, dan Hernik Pujiastutik turut mengulas penelitian yang membahas terkait pendampingan pengurusan izin usaha (NIB dan IUMK) dalam rangka pengembangan UMKM di Forum IKM dan pasar digital DPC Tuban. Potensi perkembangan UMKM sangat luas, tetapi sangat disayangkan masih banyak UMKM belum memiliki izin usaha

termasuk di Forum IKM dan pasar digital DPC Tuban. Tujuan penelitian ini untuk dapat memaksimalkan pendampingan pengurusan izin usaha, meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM dan mampu mengurus izin usaha melalui OSS, dan selanjutnya dapat melakukan pengembangan usahanya. Pendekatan yang digunakan yakni perpaduan kuantitatif melalui survei dan kualitatif partisipatoris, dengan perspektif pemberdayaan melalui beberapa tahap mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pendampingan, evaluasi, dan penyusunan laporan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman para pelaku UMKM terkait pentingnya izin usaha mengalami peningkatan. Para pelaku UMKM juga dapat melakukan pengajuan izin usaha (NIB dan IUMK) melalui OSS, sekaligus memanfaatkan izin usaha tersebut untuk perluasan jangkauan pasar (Dumiyati et al., 2021).

Nashrudin Latif, Suharyanto, Bayu Adi, Untung Lasiyono, dan Mohamad Afrizal Miradji turut membahas lebih lanjut mengenai digitalisasi pengajuan izin usaha bagi UMKM di Desa Banjarkemantren, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo. UMKM diharapkan dapat melakukan perkembangan ataupun perluasan pasar dengan memanfaatkan adanya izin usaha, yang saat ini proses pengajuannya dapat dilakukan secara online. Oleh sebab itu diperlukan sosialisasi ke warga untuk dapat mengenalkan OSS sebagai laman pengajuan NIB dan IUMK. Pendekatan yang dipilih yakni kualitatif partisipatif dengan perspektif pemberdayaan masyarakat, sumber data melalui sosialisasi yakni ceramah dan diskusi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi yang dilakukan untuk mempermudah pelaku UMKM mengajukan NIB dan IUMK di Desa Banjarkemantren berjalan baik. Adanya penerbitan izin usaha dapat mempermudah para pelaku UMKM untuk pengembangan usaha, baik untuk permodalan hingga perluasan pasar (Latif et al., 2021).

Beberapa penelitian sebelumnya tampak memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian kali ini. Persamaan tersebut terlihat pada pokok bahasan yang menjadi ulasan dalam penelitian yakni mengenai NIB untuk para pelaku UMKM. Persamaan juga tampak pada sumber atau teknik pengumpulan data yang digunakan yakni observasi, wawancara, dan juga studi kepustakaan. Di samping itu, terdapat pula perbedaan antara penelitian kali ini dengan penelitian sebelumnya. Perbedaan itu terletak pada pendekatan penelitian yang dipilih, di penelitian sebelumnya banyak menggunakan pendekatan kualitatif sedangkan penelitian kali ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Perspektif atau teori yang digunakan pada penelitian terdahulu yakni perspektif hukum atau yuridis, citra, maupun pemberdayaan. Penelitian kali ini mencoba untuk menggunakan sisi perspektif lain secara sosiologis dengan teori fenomenologi dari Alfred Schutz.

Alfred Schutz dalam Teori Fenomenologinya berpendapat bahwa tindakan yang dilakukan individu mampu menghasilkan hubungan sosial apabila individu tersebut memberikan pemaknaan atau arti atas tindakannya sendiri. Pemaknaan ini selanjutnya tidak berlaku hanya pada individu sebagai aktor atau pelaku, tetapi juga pada individu lain yang memahami sekaligus menerjemahkan arti dari tindakan aktor. Schutz fokus pada satu bentuk subjektivitas yang diistilahkan sebagai antar subjektivitas. Maksud dari antar subjektivitas ini adalah sebuah keadaan subjektif yang secara umum merujuk pada kesadaran umum atau kesadaran kelompok yang saling terintegrasi. Konsep ini bergantung pada pengetahuan yang dimiliki oleh masing-masing individu melalui pengalaman pribadinya. Individu satu dengan lainnya ataupun kelompok satu dengan lainnya selanjutnya akan saling memahami dan menginterpretasi tindakan sehingga terbentuk kerja sama dalam kesadaran kelompok.

Empat unsur pokok yang ditekankan oleh Schutz dalam teori fenomenologinya, pertama yakni perhatian terhadap aktor. Hal ini menyangkut persoalan metodologi yang mana peneliti hendaknya mampu melakukan pengambilan data secara objektif sekaligus memahami tindakan aktor pada saat tersebut. Kedua yakni pemusatan perhatian atas kenyataan pokok yang penting dengan sikap wajar. Peneliti dapat mengamati tindakan aktor di lapangan dengan sikap wajar atau alamiah untuk melihat proses terbentuknya fakta sosial yang ada. Ketiga yaitu memusatkan perhatian atau fokus masalah mikro, artinya mampu belajar untuk memahami proses pembentukan hingga pemeliharaan hubungan sosial pada interaksi yang ada. Keempat yaitu memperhatikan terkait pertumbuhan, perubahan, maupun juga proses tindakan yang ada sebagai bentuk pola sehari-hari (Ritzer, 2014).

2. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian kali ini adalah pendekatan kualitatif fenomenologi. Fenomenologi dirumuskan sebagai sebuah metode atau pendekatan yang berperan sebagai media dalam melakukan pemeriksaan maupun analisis fenomena melalui pengalaman individu secara lazim dan sadar (Hamid, 2016). Peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai Nomor Induk Berusaha (NIB) bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Jenis data dalam penelitian ini terdapat dua jenis yakni data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh peneliti dari hasil observasi dan wawancara dengan tiga orang pelaku UMKM di Kota Surabaya yang sudah memiliki NIB, ketiga orang tersebut yaitu R (35), D (39), dan S (57). Untuk data sekundernya diperoleh peneliti dari hasil studi kepustakaan, baik dari buku, jurnal, artikel ilmiah, dan pustaka tertulis lainnya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah analisis data fenomenologi, dilakukan secara berurutan mulai dari reduksi data, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Analisis fenomenologi ini ditujukan untuk mampu memahami struktur ataupun eksistensi suatu fenomena secara apa adanya. Analisis ini selanjutnya akan berkembang selama proses pengumpulan dan analisis data berjalan (Sudarsyah, 2013).

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (Dinkopum) Kota Surabaya mencatat bahwa dalam rentang waktu 2020 hingga 2021, jumlah UMKM di Kota Surabaya meningkat kurang lebih sebanyak 40 ribu. Jika dihitung secara keseluruhan di Provinsi Jawa Timur ada sebanyak 9,7 juta, yang tergolong potensi luar biasa untuk membantu peningkatan pertumbuhan ekonomi. Gubernur Jawa Timur, Khofifah Indar Parawansa, menyatakan bahwa perkembangan pemanfaatan platform digital untuk para UMKM semakin pesat. Menurut beliau, hal tersebut hendaknya disertai dengan kualitas dan kemampuan yang baik dalam membangun komunikasi dengan pelanggan. Pemerintah Provinsi Jawa Timur juga turut mengupayakan pengembangan UMKM lewat Rumah Kurasi Bank Indonesia. Pendampingan juga diupayakan Pemprov Jatim agar UMKM lebih bisa dikenal dan lebih maju.

Tidak hanya Pemprov, Pemerintah Kota Surabaya juga mengupayakan membentuk Tim Percepatan Akses Keuangan Daerah (TPAKD), yang bertugas mempercepat gerak ekonomi di Kota Surabaya. TPAKD juga diarahkan untuk bisa mempermudah pencairan modal bagi para pelaku

UMKM. Di dalam TPAKD beranggotakan OJK, Bank Indonesia maupun bank lainnya, hingga lembaga keuangan yang bisa membantu para pelaku UMKM supaya tidak mengambil modal pada oknum ilegal. Selain TPAKD, Pemkot Surabaya juga memiliki program Pinjaman UMKM Surabaya Pasti Tangguh (Puspita). Puspita ini merupakan rangkaian program kerja sama PT BPR Surya Artha Utama sebagai salah satu Badan Usaha Milik Daerah Kota Surabaya. Di sisi perusahaan swasta menggelar program Tokko Semesta yang merupakan program pendampingan hingga digitalisasi bisnis untuk UMKM (Yahya, 2021).

Sejak disahkannya Undang-Undang Cipta Kerja, Kementerian Investasi menyebut tidak ada lagi penerbitan SIUP, TDP, maupun SKU. Sebab para pelaku usaha cukup mengurus Nomor Induk Berusaha (NIB). Para pelaku usaha termasuk UMKM cukup mengikuti prosedur kepengurusan yang ada mulai dengan membuat akun pada laman OSS. Untuk dapat mengakses OSS, pendaftar harus menginput dahulu NIK bagi pemilik usaha perorangan atau nomor pengesahan pendirian dan dasar hukum perusahaan untuk non perorangan. Setelah mendapatkan akses, dilanjutkan dengan mengisi data nama, NIK, alamat, jenis modal, dan asal negara. Disusul dengan pengisian bidang usaha, lokasi penanaman modal, besar rencana penanaman modal, rencana permintaan fasilitas fiskal dan fasilitas lain, kontak, hingga NPWP. Bagi pelaku usaha non NPWP, OSS dapat membantu untuk pemberian nomor pokok wajib pajak.

Apabila seluruh data sudah diisi maka NIB akan otomatis diterbitkan oleh OSS. Di dalam perundang-undangan, penerbitan NIB diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 24 tahun 2018 tentang pelayanan perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik. NIB terdiri atas tiga belas digit angka secara acak yang sudah mengandung pengaman dan terdapat tanda tangan elektronik. Fungsi NIB sebagai tanda pengenal dan legalitas usaha baik itu perorangan maupun non perorangan, dengan NIB pelaku usaha bisa mengajukan izin usaha maupun juga izin operasionalnya (Nababan, 2021). Hal inilah yang kemudian membuat Pemerintah Kota Surabaya semakin gencar dalam membantu kepengurusan NIB untuk para pelaku UMKM.

Di bulan Maret 2022, tercatat sudah ada 17.897 UMKM yang memiliki NIB. Para petugas pelayanan penerbitan NIB kompak sering melakukan pendampingan dan jemput bola untuk pengurusan NIB. Petugas tersebut diantaranya yakni Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP), Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan (Dinkopdag), pihak kelurahan, dan kecamatan. Pelaku UMKM tersebut diantaranya pedagang eceran, pemilik warung, industri rumahan, pembuatan sepatu, souvenir, pakaian, bengkel, dan lainnya. Pemerintah Kota Surabaya juga mengajak pelaku UMKM untuk bergabung ke E-Peken, laman penjualan online milik pemkot untuk para pelaku usaha memasarkan usahanya (Yolandha, 2022).

**Tabel Hasil Penelitian
 (Pengelompokkan Kategorial Dasar)**

Line	Data	Initial Code	Category
1	Kerajinan tas rajut	Komoditas usaha	Jenis usaha
2	Mulai usaha sejak tahun 2018	Tahun mulai usaha	Waktu usaha
3	Awal mulanya menganggur, terus cari kesibukan untuk mendapat uang dengan bekal keterampilan merajut dari SMP sekaligus termasuk hobi	Alasan membuka usaha	Alasan membuka usaha
4	Sasaran konsumen yakni semua kalangan di masyarakat	Target konsumen	Pemasaran produk
5	Pemasaran dari mulut ke mulut, dan beberapa <i>platform</i> digital namun sudah jarang <i>update</i>	Metode penjualan produk	Pemasaran produk
6	Harga produk tinggi bergantung tingkat kesulitan pembuatan	Harga produk	Pemasaran produk
7	Pemasaran sulit, dengan karakter pembeli banyak menawar, lebih memilih tas bermerek, ada juga yang maklum karena tahu kesulitan pembuatan	Tantangan penjualan	Proses penjualan produk
8	Mengajukan NIB saat ada petugas kecamatan jemput bola di area pasar	Pengurusan NIB	Pengurusan NIB
9	Pengurusan NIB tidak terlalu penting, tapi karena difasilitasi jadi ya digunakan saja	Urgensi NIB	Pengurusan NIB
10	NIB sebagai legalitas usaha, tapi tidak berpengaruh signifikan ke konsumen	Pemahaman tentang NIB	Pengurusan NIB
11	Harapannya kedepan usahanya bisa lebih berkembang dan lebih menghasilkan	Harapan prospek usaha	Harapan prospek usaha
12	Pembuatan boneka	Komoditas usaha	Jenis usaha
13	Mulai usaha sejak tahun 2008	Tahun mulai usaha	Waktu usaha
14	Bermula dari hobi menggambar	Alasan membuka usaha	Alasan membuka usaha
15	Sasaran konsumen dari anak-anak hingga remaja	Target konsumen	Pemasaran produk
16	Awal mula usaha pembuatan boneka masih tradisional menggunakan flanel, kemudian berkembang ke teknik printing	Perkembangan usaha	Proses penjualan produk
17	Pada masa transisi dari tradisional ke printing, empat reseller berhenti karena jeda lama	Tantangan penjualan	Proses penjualan produk
18	Pemasaran dari mulut ke mulut, ikut bazar, berjualan di <i>car free day</i> , dan <i>platform</i> digital milik Pemkot	Metode penjualan produk	Pemasaran produk
19	Kurang tau soal NIB, tapi karena dianjurkan jadi mendaftar	Pengurusan NIB	Pengurusan NIB
20	Pengurusan NIB tidak terlalu mendesak karena kurang paham, juga berbeda dengan SIUP yang disertai survei rutin	Urgensi NIB	Pengurusan NIB
21	Khawatir jika tidak ada survei rentan pemalsuan, dan saat SIUP masih berlaku malah lebih mudah terhubung dengan Pemkot	Kekhawatiran operasional	Pengurusan NIB
22	Harapannya kedepan usaha lebih maju dan banyak reseller	Harapan prospek usaha	Harapan prospek usaha
23	Usaha aksesoris dan handy craft	Komoditas usaha	Jenis usaha
24	Menjalani usaha sejak tahun 2005	Tahun mulai usaha	Waktu usaha
25	Target konsumen dari perempuan remaja sampai dewasa	Target konsumen	Pemasaran produk
26	Awal usaha dimulai dari hobi	Alasan membuka usaha	Alasan membuka usaha
27	Progres usaha bagus di bawah tahun 2015, selanjutnya mengalami kesulitan karena krisis global	Tantangan penjualan	Proses penjualan produk
28	Penjualan dilakukan dengan <i>offline</i> maupun <i>online</i>	Metode penjualan produk	Pemasaran produk
29	Mayoritas masyarakat lebih suka membeli produk secara langsung, oleh karenanya penjualan <i>online</i> sepi peminat	Tantangan penjualan	Proses penjualan produk
30	NIB berfungsi sebagai legalitas, memperkenalkan brand, mewujudkan kepercayaan masyarakat	Pemahaman tentang NIB	Pengurusan NIB
31	Harapan untuk usahanya kedepan agar bisa survive di dalam situasi apapun, dan bisa go internasional	Harapan prospek usaha	Harapan prospek usaha
32	Sebelumnya pernah mendapat kesempatan untuk pameran ke Liverpool, sudah kirim barang tapi tidak ada tindak lanjut	Tantangan penjualan	Proses penjualan produk

Peneliti turut melakukan wawancara dengan tiga orang pelaku UMKM di Kota Surabaya selaku informan. Pertama yakni informan R (35), merupakan seorang pelaku UMKM yang membuka usaha tas rajut.



Gambar 1 Kerajinan Tas Rajut Informan R (35)
 (Sumber: Dokumentasi Penelitian, April 2022)

Usaha tersebut sudah berjalan sejak sekitar tahun 2018. Awal mulanya informan R adalah seorang pengangguran, yang selanjutnya mencari kesibukan guna mendapatkan uang berbekal keterampilan merajut sejak SMP. Sasaran konsumen informan R untuk usaha tas rajutnya yakni semua kalangan masyarakat. Alur perkembangan usaha tas rajut milik R hingga saat ini pemasarannya masih sulit. Harga produk yang tinggi selaras dengan tingkat kesulitan selama proses pembuatan, akan tetapi beberapa pembeli masih menawar harga jauh dibawah harga produk. Mayoritas pembeli yang berasal dari kalangan menengah ke bawah cenderung tidak melakukan penawaran harga karena mengetahui tingkat kesulitan pembuatan tas rajut sendiri.

Tidak hanya melakukan penawaran dari mulut ke mulut, informan R juga melakukan penjualan melalui *platform* digital seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Shopee*. Namun, informan R sudah jarang melakukan update foto produk dikarenakan pada *platform* digital juga sepi peminat. Masyarakat lebih senang dan berminat membeli tas-tas bermerek lainnya. Pada waktu mengajukan pengurusan NIB, informan R mengaku diarahkan oleh petugas kecamatan yang sedang melakukan jemput bola di area pasar untuk mengurus secara gratis. Menurut informan R sendiri kepengurusan NIB tidak terlalu penting, akan tetapi selagi pemerintah menganjurkan dan memfasilitasi maka tidak ada salahnya digunakan melakukan pengajuan. Informan R menyatakan bahwa NIB berguna sebagai legalitas dari usahanya, tetapi tidak berpengaruh signifikan untuk konsumen. Kedepannya informan R berharap usahanya dapat berkembang lebih besar lagi dan lebih menghasilkan, terlebih membuat tas rajut termasuk hobi dari informan R sendiri.

Informan kedua yakni informan D (39), pelaku UMKM yang memiliki usaha pembuatan boneka.



Gambar 2 Kerajinan Boneka Informan D (39)

(Sumber: Dokumentasi Penelitian, April 2022)

Informan D sudah menjalani usaha ini sejak tahun 2008, yang bermula dari hobi menggambar yang dimiliki informan. Sasaran konsumen untuk usaha informan D ini adalah kisaran anak-anak hingga remaja. Di dalam perkembangan usahanya, di tahun-tahun awal informan D masih membuat boneka secara tradisional dengan menggunakan kain flanel. Seiring berkembangnya waktu dengan teknologi yang semakin canggih, informan D mulai beralih ke pembuatan boneka dengan teknik *printing*. Untuk pemasarannya informan D menjual produknya dari mulut ke mulut, ikut bergabung dalam bazar, berjualan di *car free day*, dan mendaftar *e-commerce* milik pemerintah kota yakni E-Peken.

Seputar NIB, informan D mengaku kurang paham betul mengenai hal itu. Dikarenakan menerima anjuran untuk melakukan kepengurusan NIB selanjutnya informan D pun melakukan permohonan. Menurut informan D kepengurusan NIB tidak seberapa mendesak sebab informan juga mengaku kurang paham. Akan tetapi untuk izin usaha yang berlaku sebelum NIB yakni SIUP, informan mengaku memahami dengan baik serta ada survei berkala dari Pemerintah Kota Surabaya. Berbeda dengan SIUP, sejak berlakunya NIB sudah tidak ada lagi survei berkala yang dilakukan pihak pemerintah kepada para UMKM. Hal ini dikhawatirkan informan D, sebab tanpa survei maka akan rentan pemalsuan data. Saat SIUP masih berlaku informan D merasa lebih mudah terhubung dengan Pemerintah Kota Surabaya, sementara NIB sebaliknya. Harapan informan D untuk usahanya kedepan lebih banyak *reseller* yang bergabung untuk memperluas jangkauan pasarnya. Pada saat pembuatan boneka masih manual informan D mengaku memiliki empat orang *reseller*, akan tetapi saat masa peralihan ke metode *printing* yang lama membuat empat orang tersebut memutuskan berhenti.

Ketiga yakni informan S (57) merupakan pelaku UMKM dengan usaha aksesoris dan *handycraft*.



Gambar 3 Kerajinan Aksesoris dan *Handy Craft* Informan S (57)

(Sumber: Dokumentasi Penelitian, April 2022)

Informan S sudah menjalankan usahanya ini sejak tahun 2005. Target konsumen dari usaha milik informan S meliputi kalangan perempuan dari remaja sampai dewasa. Mulanya usaha ini dilakukan atas dasar hobi yang dimiliki informan S. Usaha yang dijalankan informan S sudah mengalami naik turun. Progres usaha berada pada titik bagus di bawah tahun 2015, memasuki tahun-tahun selanjutnya sempat terjadi krisis global yang berdampak signifikan bagi usaha informan. Sebab saat tersebut biaya transportasi mahal sehingga sulit melakukan pameran. Informan S juga sempat menjual produk secara *online*, akan tetapi cenderung sepi peminat karena masyarakat banyak yang lebih tertarik saat melihat dan memegang produk secara langsung.

Menurut informan S, NIB berfungsi sebagai identitas hingga detail usaha untuk para pelaku usaha. Adanya NIB selain menjadi legalitas untuk UMKM, para konsumen juga akan memiliki rasa percaya atas brand yang dimiliki UMKM tersebut. Selain itu tidak ada dampak signifikan lainnya yang dirasakan oleh informan S. Informan S memahami NIB sebagai legalitas usaha menggantikan yang berlaku sebelumnya yakni SIUP, selebihnya tidak ada dampak terlebih untuk konsumen. Harapan informan S untuk usahanya kedepan yakni selain bisa survive di segala situasi dan kondisi, informan juga ingin usahanya bisa go international. Sebelumnya informan S pernah mendapat kesempatan untuk bisa mengikuti pameran di Liverpool, produk sudah dikirim ke sana akan tetapi setelahnya belum menemui tindak lanjut yang jelas.

Pembahasan

**Tabel Hasil Penelitian
(Ringkasan)**

Tema	Informan R (35)	Informan D (39)	Informan S (57)
Jenis usaha	Line 1	Line 12	Line 23
Waktu usaha	Line 2	Line 13	Line 24
Alasan membuka usaha	Line 3	Line 14	Line 26
Pemasaran produk	Line 4, 5, 6	Line 15, 18	Line 25, 28
Proses penjualan produk	Line 7	line 16, 17	Line 27, 29, 32
Pengurusan NIB	Line 8, 9, 10	Line 19, 20, 21	Line 10, 30
Harapan prospek usaha	Line 11	Line 22	Line 31

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti dapat terlihat bahwasannya setiap informan memiliki respon dan tanggapan berbeda-beda atas pertanyaan yang diajukan peneliti. Terkait dengan jenis usaha yang dijalankan oleh informan R, D, dan juga S memiliki persamaan yakni jenis usaha kriya atau kerajinan tangan, meskipun produk yang dihasilkan berbeda-beda. Informan R menghasilkan produk kerajinan berupa tas rajut, informan D berupa boneka, sementara informan S berupa aksesoris dan *handy craft*. Waktu awal mula usaha paling awal yakni informan S, yang sudah menjalani usahanya selama 17 tahun terhitung sejak 2005. Sementara itu informan D sudah menjalankan usaha pembuatan boneka selama 14 tahun dimulai dari tahun 2008, dan informan R yang menjalani usaha tas rajut sudah selama 4 tahun terhitung dari tahun 2018.

Beragam latar belakang atau alasan diungkapkan informan saat memutuskan mulai menjalankan usahanya. Informan R mulai usaha membuat tas rajut karena awal mulanya menganggur, hingga kemudian mencari kesibukan untuk mendapatkan uang dengan bekal keterampilan merajut yang dimiliki sejak SMP. Tidak hanya itu, keterampilan merajut ini sekaligus juga menjadi hobi dari informan R sendiri. Aspek hobi tampaknya menjadi kesamaan yang melatar belakangi ketiga informan menjalankan usaha mereka. Pasalnya informan D menjalankan usaha pembuatan boneka bermula dari hobi menggambar yang dimilikinya, sama halnya dengan informan S yang juga menjalankan usaha aksesoris dan *handy craft* bermula dari hobi.

Pemasaran usaha tentunya dilakukan oleh para informan sebagai pelaku usaha dalam menjual dagangannya. Target konsumen dari informan R yakni masyarakat dari semua kalangan, tidak ada spesifikasi konsumen secara detail. Hal ini dikarenakan tas rajut yang diproduksi menyesuaikan dengan permintaan konsumen, baik itu dari model maupun warna yang diinginkan sehingga bisa digunakan dari anak-anak hingga dewasa. Sementara untuk informan D menetapkan target konsumen penjualan produk kerajinan bonekanya yakni kalangan anak-anak hingga remaja. Lain halnya dengan informan S yang menetapkan target penjualan untuk konsumen kalangan perempuan saja, dari usia remaja sampai dewasa.

Ada kesamaan respon ketiga informan terkait dengan metode yang digunakan dalam melakukan penjualan produk. Informan R, D, dan S sama-sama menggunakan metode penjualan dengan perpaduan online dan offline. Informan R dan D memiliki persamaan yakni menjual produk mereka lewat informasi dari pembeli satu ke pembeli lainnya, atau dari mulut ke mulut. Selain itu informan D dan S juga sama dalam menjual produknya lewat bazar maupun pameran. Ketiga informan ini juga menjajakan produk mereka lewat *platform* digital baik itu milik pemerintah atau swasta. Akan tetapi berdasarkan informasi yang didapat peneliti, produk para informan jauh lebih

sering mendapat pelanggan saat berjualan *offline* dibanding dengan *online*. Hal ini membuat para informan lebih fokus pada metode *offline* dan laman berjualan *online* seringkali terbengkalai.

Di dalam menjalankan usahanya tentu para informan mengalami berbagai lika-liku, baik itu progres yang bagus maupun indikasi penurunan usaha. Informan R mengaku pemasaran produknya tergolong sulit karena beberapa tantangan dalam proses pemasarannya. Tantangan tersebut diantaranya yakni penetapan harga yang tinggi sesuai kesulitan pembuatan, karakter pembeli yang lebih banyak menawar, selain itu pembeli juga cenderung lebih memilih membeli tas bermerek dibanding *homemade*. Meskipun demikian tetap masih ada pembeli tas rajut yang membeli sesuai harga penawaran karena mengetahui tingkat kesulitan pembuatannya. Berbeda dengan informan R, informan D mengaku mengalami perkembangan dalam usahanya. Pada awal mula usaha informan D masih membuat boneka secara tradisional menggunakan kain flanel, yang selanjutnya berkembang ke teknik *printing*.

Perkembangan tersebut membuat informan D merasa proses produksi menjadi lebih cepat dan hasilnya pun memuaskan. Akan tetapi di dalam proses peralihan dari tradisional ke teknik *printing* memerlukan waktu, sehingga terdapat jeda produksi. Hal ini menyebabkan empat orang *reseller* informan D memutuskan berhenti karena waktu jeda produksi yang cukup lama. Perkembangan usaha yang pesat turut dirasakan oleh informan S saat masa-masa di bawah tahun 2015. Masuk ke tahun-tahun selanjutnya usaha informan S turut mengalami kesulitan karena adanya krisis global. Krisis ini membuat informan S sulit saat ingin mengikuti pameran-pameran kerajinan, hal ini berdampak pada sedikitnya hasil atau pemasukan yang didapat dari penjualan produk. Sebab para konsumen lebih senang membeli secara langsung karena tertarik dengan penampilan dan karakteristik bahan aksesoris maupun *handy craft* buatan informan S, oleh sebab itu pula penjualan *online* cenderung sepi peminat. Sebelumnya, informan S pernah mendapatkan kesempatan untuk bisa pameran tingkat internasional di Liverpool. Sayangnya tidak ada tindak lanjut apapun selepas produk untuk pameran sudah dikirimkan.

Legalitas usaha hendaknya dimiliki oleh semua pelaku usaha termasuk UMKM. Hal ini telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 24 tahun 2018 tentang pelayanan perizinan berusaha yang terintegrasi secara elektronik yakni penerbitan NIB (Nababan, 2021). Ketiga informan memberikan tanggapan berbeda terkait NIB. Informan R melakukan pengajuan penerbitan NIB saat ada petugas kecamatan yang melayani jemput bola di area pasar. Urgensi kepengurusan NIB menurut informan R tidak terlalu penting, akan tetapi karena dianjurkan dan difasilitasi maka tidak ada salahnya mengurus. Setelah memiliki NIB, informan R memahami NIB berfungsi sebagai legalitas usaha akan tetapi tidak memiliki pengaruh yang signifikan ke konsumen.

Berbeda dengan informan R, informan D mengaku kurang tau mengenai NIB. Berbekal anjuran untuk mengurus selanjutnya informan D pun mendaftar dan melakukan penerbitan NIB. Informan D mengaku kurang paham NIB sehingga menurutnya tidak terlalu mendesak. Informan D juga menilai bahwa pemberlakuan NIB ini berbeda dengan SIUP yang berlaku sebelumnya, saat SIUP masih berlaku sangat rajin dilakukan survei langsung dari pihak Pemerintah Kota Surabaya. Hal tersebut membuat informan D merasa khawatir, sebab tanpa survei maka akan rentan pemalsuan data. Saat SIUP masih berlaku, informan D justru merasa lebih mudah terhubung dengan pihak dari Pemerintah Kota Surabaya. Sementara informan S tampak memiliki pendapat sama dengan informan R, memahami NIB sebagai legalitas usaha tetapi tidak menghasilkan pengaruh signifikan ke konsumen. Selain itu menurut informan S, NIB juga berfungsi untuk memperkenalkan brand dan mewujudkan kepercayaan masyarakat.

Terlepas dari lika-liku yang dialami informan dalam menjalankan usahanya, masing-masing informan juga memiliki harapan untuk perkembangan usahanya kedepan. Informan R memiliki harapan agar usahanya kedepan bisa lebih berkembang dan lebih menghasilkan. Untuk informan D sendiri memiliki harapan agar usahanya bisa lebih maju kedepannya, serta lebih banyak reseller yang ikut menjual produknya. Lain halnya lagi dengan informan S, harapannya yakni agar usahanya bisa survive dalam segala situasi dan kondisi sekaligus bisa go internasional.

Fenomena pengurusan NIB bagi para pelaku UMKM ini memiliki relevansi dengan teori fenomenologi dari Alfred Schutz. Di dalam teorinya ini, Schutz mengungkapkan bahwa tindakan individu akan bermuara pada hubungan sosial bila terdapat makna atau arti dari tindakan tersebut. Pemaknaan ini selanjutnya akan berlaku juga pada individu lain yang menerjemahkan makna dari tindakan aktor. Subjektivitas seorang individu merujuk kepada kesadaran kelompok yang diistilahkan Schutz sebagai antar subjektivitas. Konsep ini berangkat dari pengalaman yang dirasakan masing-masing individu, kemudian bersama individu lainnya akan saling memahami dan menginterpretasi tindakan menghasilkan kerja sama dalam kesadaran kelompok. Empat unsur pokok yang berusaha ditekankan oleh Schutz dalam teori fenomenologinya yaitu perhatian terhadap aktor guna objektivitas dan pemahaman tindakan, pemusatan perhatian atas kenyataan dengan sikap wajar guna melihat proses fakta sosial tersebut, pemfokusan masalah mikro untuk memahami pembentukan hingga pemeliharaan hubungan dalam interaksi yang ada, dan memperhatikan mengenai pertumbuhan, perubahan, maupun proses tindakan sebagai pola keseharian (Ritzer, 2014).

Perhatian dan fokus pada aktor dilakukan peneliti dengan mengetahui detail hingga alasan para informan membuka usahanya. Hal ini berfungsi sebagai data objektif yang merujuk pada tindakan-tindakan dalam operasional usaha selanjutnya. Meskipun memiliki produk yang berbeda-beda yakni informan R dengan produk tas rajut, informan D dengan produk boneka, dan informan S dengan produk aksesoris juga *handy craft*, pada dasarnya jenis usaha ketiganya sama yaitu produk kerajinan tangan. Waktu usaha tiap-tiap informan tampak jelas berbeda. Informan R terhitung baru menjalankan usaha selama 4 tahun, informan D selama 14 tahun, sementara informan S sudah jauh lebih lama lagi yakni 17 tahun. Alasan informan R memulai usahanya yakni karena semula menganggur kemudian mencari kesibukan dengan bekal keterampilan menjahit yang juga merupakan hobinya. Selain informan R, informan D dan S juga memulai usaha mereka dari hobi menggambar maupun membuat kerajinan tangan sebagai aksesoris dan *handy craft*.

Perjalanan yang dilewati para informan dalam menjalankan usahanya tentu berbeda-beda, hal ini menjadi sebuah fakta atau kenyataan di lapangan yang memiliki relevansi dengan unsur kedua fenomenologi Schutz. Untuk produk tas rajutnya, informan R menetapkan harga yang relatif tinggi bergantung pada kesulitan pembuatan tasnya sendiri. Upaya pemasaran sudah dilakukan dari mulut ke mulut hingga menjual lewat *platform online* dengan sasaran konsumen dari semua kalangan. Namun penjualan nampaknya sulit, sebab karakteristik konsumen ada yang banyak menawar, lebih memilih tas bermerek, tetapi ada juga yang maklum karena tingkat kesulitan pembuatan cukup tinggi. Namun hal tersebut tak lantas menyurutkan konsistensi informan R untuk terus menjalankan usahanya. Tantangan lain turut dihadapi oleh informan D dengan target konsumen anak-anak hingga remaja.

Berbagai metode penjualan dilakukan informan D mulai dari menjual dari mulut ke mulut, ikut bazar, berjualan di *car free day*, sampai berjualan di laman *online* milik Pemerintah Kota Surabaya. Bahkan informan D mengalami perkembangan dari pembuatan boneka tradisional dengan kain flanel berkembang ke teknik *printing*, tapi di dalam jeda peralihan yang lama membuatnya harus kehilangan empat orang *reseller* produknya. Tapi hal tersebut tidak lantas membuatnya untuk

berhenti, dan tetap konsisten menjalankan usaha sampai saat ini. Kondisi ini juga dialami oleh informan S dengan target konsumen perempuan remaja sampai dewasa. Penjualan dilakukan informan S sama halnya dengan kedua informan sebelumnya yakni *offline* maupun *online*. Akan tetapi mayoritas lebih suka membeli secara *offline* karena bisa melihat dan meraba barang secara langsung, sehingga penjualan *online* sepi pembeli. Progres usaha bagus pernah dirasakan informan S dalam penjualan di bawah tahun 2015, tetapi di tahun-tahun setelahnya terjadi krisis global sehingga menimbulkan kesulitan seperti untuk transportasi pameran dan lain-lain. Informan S pun pernah mendapat tawaran pameran ke Liverpool, barang untuk pameran sudah dikirim tetapi disayangkan tidak ada tindak lanjut setelahnya. Meskipun demikian informan S masih konsisten menjalankan usahanya hingga sekarang.

Fakta-fakta yang sudah diterima tidak lantas membuat peneliti melupakan fokus masalah dalam penelitian kali ini. Fokus masalah mikro yakni pada pengurusan NIB yang dilakukan oleh para informan. Sejak NIB diberlakukan sebagai legalitas usaha, pihak pemerintah kota termasuk Kota Surabaya bergerak menghimbau hingga melakukan jemput bola ke para pelaku UMKM untuk segera mengurus NIB. Informan R sendiri mengalaminya, adanya himbauan dan jemput bola di area pasar oleh petugas kecamatan membuat informan R turut melakukan pengajuan NIB. Sementara informan D mengaku kurang paham soal NIB, akan tetapi karena ada himbauan membuat informan D pun turut melakukan pengajuan NIB. Sebagai pelaku UMKM, informan S juga melakukan pengurusan NIB.

Keberlanjutan dari kepemilikan NIB ini relevan dengan unsur keempat dalam fenomenologi yakni terkait pertumbuhan, perubahan, dan proses tindakan yang ada. Terkait dengan urgensi kepengurusan NIB, informan R menilai tidak terlalu penting. Tetapi karena dianjurkan dan difasilitasi secara gratis, informan R pun memutuskan menggunakan fasilitas tersebut. Informan R juga memahami NIB sebagai legalitas usaha, akan tetapi tampaknya tidak memiliki pengaruh signifikan ke konsumen. Hal sama juga diungkap informan D, karena kurang paham jadi dinilai pengurusan NIB tidak terlalu mendesak. Selain itu pemberlakuan NIB ini dirasakan berbeda oleh informan D dengan SIUP yang dilakukan survei rutin sekaligus mudah terhubung dengan pihak Pemerintah Kota Surabaya. Informan D merasa khawatir tanpa survei akan rentan terjadi pemalsuan data. Informan S memahami NIB sebagai legalitas usaha, sekaligus juga berfungsi memperkenalkan brand dan mewujudkan kepercayaan masyarakat. Sama halnya dengan informan R, informan S merasakan tidak ada dampak signifikan NIB untuk konsumen.

Dibalik lika-liku usaha yang dilewati para informan termasuk juga terkait legalitas usaha yang harus dipenuhi, ketiga informan tetap setia konsisten menjalankan usahanya. Terdapat harapan dan cita-cita informan untuk usahanya kedepan. Informan R berharap usahanya kedepan dapat lebih berkembang dan lebih menghasilkan. Sementara informan D berharap usahanya dapat lebih maju lagi, serta banyak reseller yang ikut menjual produknya. Lain halnya dengan informan S, yang berharap usahanya kedepan mampu *survive* dalam segala situasi dan kondisi serta bisa *go international*.

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari keseluruhan paparan di atas yakni ada beberapa persepsi pelaku UMKM terkait dengan kepengurusan NIB. Persepsi tersebut diantaranya yakni sebagai legalitas usaha, untuk memperkenalkan brand, juga mewujudkan kepercayaan masyarakat akan produk dari UMKM tersebut. Kepengurusan NIB juga dinilai para pelaku usaha tidak terlalu mendesak, sebab pada

realitanya NIB tidak memiliki pengaruh signifikan untuk para konsumen. Meskipun demikian para pelaku UMKM pun tetap memutuskan melakukan pengurusan NIB sebab dianjurkan oleh Pemerintah Kota Surabaya, subjektivitas para pelaku usaha pada akhirnya merujuk pada kesadaran kelompok di bawah naungan sistem. Tidak hanya itu Pemerintah Kota Surabaya juga mengupayakan melakukan jemput bola dan memfasilitasi secara gratis kepengurusan NIB supaya para pelaku UMKM segera memiliki legalitas untuk usahanya. Legalitas usaha inilah yang pada akhirnya akan memudahkan para pelaku UMKM dalam upaya pengembangan usahanya kedepan.

Daftar Pustaka

- [1] Bagja, H. N., Saudi, M. H., & Sinaga, O. (2021). The Protections of Geographical Indicators and Trademark in The Development of Micro, Small, And Medium Enterprises (Msmes) In Increasing Regional Tax Revenue. *Review of International Geographical Education Online*, 11(3), 171-176. <https://doi.org/10.33403/rigeo.800481>.
- [2] Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Surabaya. (2022). *Ribuan Umkm di Kota Surabaya Kantongi Izin Usaha*. <http://dpm-ptsp.surabaya.go.id/v3/detailpost/ribuan-umkm-di-kota-surabaya-kantongi-izin-usaha>.
- [3] Dumiyati, D., Yusuf, M., & Pujiastutik, H. (2021). Pendampingan Pengurusan Ijin Usaha (NIB dan IUMK) Untuk Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Anggota Forum IKM dan Pasae Digital Community DPC Tuban. *Prosiding SNasPPM*, 6(1), 49-54. <https://pgpaud.unirow.ac.id/prosiding/index.php/SNasPPM/article/view/884>.
- [4] Firmansyah, A. I. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Tulungagung. *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Tulungagung*, 53(9), 1689-1699.
- [5] Hamid, F. (2016). *PENDEKATAN FENOMENOLOGI (Suatu Ranah Penelitian Kualitatif)*. 1-9. http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_718793118976.p df.
- [6] Hanim, L., Maryanto, M., Djunaedi, H., & Wahyono, H. D. (2020). Pemahaman Warga Sembungharjo Terhadap Pentingnya Nomor Induk Berusaha (NIB) dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi. *Webinar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 349-356. <https://jurnal.uns.ac.id/aktivita/article/view/59603/34839>.
- [7] Humairani, R., Akmal, Y., Muliari, Maritalia, D., Yunizar, Z., Mangkuwinata, S., Muttaqim, H., & Zulfahmi, I. (2021). Strategy and Facilitating Model for Small Scale Terasi Business in The Camar Laut Small Enterprises. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 674(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/674/1/012011>.
- [8] Latif, N., Suharyanto, Adi, B., Lasiyono, U., & Miradji, M. A. (2021). Digitalisasi Pengajuan Izin Usaha UMKM di Desa Banjarkemantren Kecamatan Buduran Kabupaten Sidoarjo. *Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 92-101. <https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/ekobisabdimas/article/view/3911>.
- [9] Mahdi, M. I. (2022). *Berapa Jumlah UMKM di Indonesia?* DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>.
- [10] Nababan, C. N. (2021). *Cara Membuat NIB, Izin Usaha Pengganti SIUP, TDP dan SKU*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211213091441-92-733199/cara-membuat-nib-izin-usaha-pengganti-siup-tdp-dan-sku>.
- [11] Ritzer, G. (2014). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. PT RajaGrafindo Persada.
- [12] Sudarsyah, A. (2013). Kerangka Analisis Data Fenomenologi. *Jurnal Penelitian Pendidikan UPI*,

13(1), 124400.

- [13] Sutarmo. (2020). *Peranan Penting Perizinan Usaha Mikro dan Kecil (IUMK) Bagi Peningkatan Kapasitas Usaha*. [https://kkp.go.id/an-component/media/upload-gambar-pendukung/PUSLATLUH_KP/Materi/Peranan Penting IUMK bagi Peningkatan Kapasitas Usaha.pdf](https://kkp.go.id/an-component/media/upload-gambar-pendukung/PUSLATLUH_KP/Materi/Peranan_Penting_IUMK_bagi_Peningkatan_Kapasitas_Usaha.pdf).
- [14] Yahya, R. (2021). *Selama 2020-2021, Terdapat 40 Ribu UMKM Baru*. JawaPos.Com. <https://www.jawapos.com/surabaya/21/11/2021/selama-2020-2021-terdapat-40-ribu-umkm-baru/>.
- [15] Yazfinedi, Y. (2018). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Permasalahan dan Solusinya*. *Jurnal Ilmiah Kesejahteraan Sosial*, XIV, 33-41.
- [16] Yolanda, F. (2022). *17.897 UMKM di Surabaya Kantongi Nomor Induk Berusaha*. Republika.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/r8ub92370/17897-umkm-di-surabaya-kantongi-nomor-induk-berusaha>.